

YÖRE HALKININ ÜNİVERSİTEYE BAKIŞI VE BEKLENTİLERİ: NİĞDE ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

Öğr.Gör.Dr. İshak TORUN

Niğde Üniversitesi

Eğitim Fakültesi

İlköğretim Bölümü

Sosyal Bilgiler Eğitimi Ana Bilim Dalı

ÖZET

Bu çalışmanın konusu, Niğde Üniversitesi'nin mevcut kurumsal imajını ve Niğde Belediye sınırları içinde yaşayan halkın Niğde Üniversitesi'nden beklentilerini belirlemektir. Amacı ise, Niğde Üniversitesi'nin mevcut kurumsal imajını belirleyerek, imaj yönetiminde üniversite politika yapıcılarını için veri tabanı oluşturmak ve literatüre katkıda bulunmaktadır. Veri toplamada Anket ve Nitel Görüşme tekniklerinin kullanıldığı bu çalışma Alan Araştırma Modelinde yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İmaj, kurumsal imaj, üniversite, Niğde Üniversitesi

ABSTRACT

The subject matter of this study is to determine the present institutional image of the University of Niğde and the expectations of people of Niğde from the university. The results of the study are limited to the people living in the boundaries of Niğde municipality. Its aim is to provide a data set for the governors of the university on image making area and to contribute to the literature. In this study, survey method is undertaken. We made use of both questionnaires and interviews techniques in collection of the data.

Key Words: Image, Institutional Image, University, Niğde University

1. GİRİŞ

Üniversiteler genelde ülkenin büyüyip gelişmesine, özelde bulunduğu bölgenin değişip kalkınmasına etki eden en önemli etkenlerden birisidir. 1992 yılında kurulan NÜ gerek öğrenci ve personel sayısı ile gerek sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel işlevleriyle Niğde toplumu hayatına karışmış büyük bir organizmadır. Niğde gibi dışarıyla etkileşimi sınırlı, sanayiden çok tarım ve kamu kesiminin sürüklediği hizmet sektörünün baskın olduğu ve nispeten kapalı bir kentte NÜ'nin toplumun değişimine yaptığı etki de kaçınılmaz olarak

büyüktür. Üniversitenin topluma etkisi doğal olarak tek yönlü değildir; kendisi de toplumdaki bir şekilde etkilenmektedir.

Toplumun ihtiyaç duyduğu insan gücünü yetiştirmek, toplumsal gelişmeye yön vermek, gelişmeyi engelleyen yanlış enformasyonu ortadan kaldırmak gibi amaçlar için kurulan üniversiteler (Karakoç,1996:VIII ve 3-4; Hatipoğlu,1995:11) çok farklı beklentilere sahip gruplarla etkin bir iletişimde bulunmak ve onların desteğini kazanmak zorunluluğu ile karşı karşıyadır. Keza, üniversitesi'nin büyüüp gelişmesi, işlevlerini sağlıklı bir şekilde yerine getirmesi, içinde bulunduğu topluma ekonomik ve toplumsal katkı sağladığının algılanmasına, toplumun beklentilerinin karşılanmasına, onay ve desteğini almasına bağlıdır. Diğer bir ifadeyle; üniversitenin görevlerini etkin bir şekilde yerine getirmesi ve toplumsal kesimlerin desteğini kazanması olumlu bir kurum imajına sahip olmasıyla orantılıdır.

İnsanların ve kurumların en önemli varlığı olumlu imajları (itibarları)dır. Olumlu imaj kurumlar için entelektüel sermaye olarak kabul edilmektedir. (Emrem, 2005: 186) İtibarlı olanlar toplumu yönlendirme, iş yaptırma ve daha geniş kaynakları harekete geçirme konusunda daha güçlü olurlar. (Argüden, 2005)

Kurumsal imaj temelde müşteri memnuniyeti ve olumlu halkla ilişkiler etkinliği sonucunda ortaya çıkar. Yani; olumlu imaj, kaliteli mal ve hizmet üretmek, kaliteli müşteri ilişkileri geliştirmek ve etkin bir halkla ilişkiler yürütmekle kazanılır. (Capital:70-71)

Bir kurum, itibar kazanmak için öncelikle işini kaliteli yapmalı, müşterileriyle olumlu ilişkiler kurmalı, sonra, etkin ve planlı bir şekilde kendi tanıtımını yapmalıdır. Ancak, günümüzde salt başarı ve salt kaliteli iş itibarlı olmak için yeterli görülmemektedir. Aynı zamanda; kazancın meşru yollarla ve başarının etik kurallara riayet edilerek sağlanmış olması gerekir. Yine, olumlu imaj politikası güden kurumlar, faaliyet konuları dışındaki sosyal sorunların çözümünde de sorumluluk almalıdırlar. Bütün bunlar kurumsal imajın tamamlayıcıları arasında yer almaktadır.

Saygın bir kurumsal imajın yaratılması, sürdürülmesi ve korunması bu amaca yönelik plan ve program belirleyip bunların uygulanmasıyla mümkündür. Binaenaleyh, imaj yönetimi olgusu yüzeysel bir halkla ilişkiler etkinliği değildir. Kurumun gerçekte sahip olmadığı bir niteliğin var gibi gösterilmesi ise hiç değildir. Kurum kimliği ve kurum kültürü oluşturulmaksızın / olmaksızın halkla ilişkiler ve reklamlarla yapay olarak var edilen (yüklenmiş¹) kurumsal imaj kalıcı olamaz. (Bayır, 2004:12) Aksine bir tutum kurum imajına olumlu değil, olumsuz etkide bulunacaktır. Bu bağlamda, kurum

¹ Yüklenmiş ve Kazanılmış İmaj hakkında bkz. (Polat vd: 2004: 22).

mensuplarının tümünün, bilhassa yöneticilerin tutarsız, yanlış davranışları kurumun itibar kaybetmesine neden olacaktır. Kurumlar, normal ve beklenmedik nedenlerle ortaya çıkan imaj kaybına neden olabilecek olumsuzlukları izale etmek amacıyla risk yönetimine önem verirler. Böylelikle, muhtemel olumsuz durumlara karşı önceden önlem almak ve gerçekleşen olumsuz durumları en hızlı bir şekilde bertaraf etmek mümkün olmaktadır.

Her birey veya kurumun hedef kitleler nezdinde şu ya da bu şekilde bir imajı vardır. Önemli olan bu imajı olumlu ve istedik bir imaja dönüştürmektir. Bunun için her kurumun bir kimliğe ve kültüre sahip olması gerekir.(Peltekoğlu,1998:295-297; Ttelekom) Kurumun bir kimlik ve kültüre sahip olması ise, betimlediğimiz üzere, yaptığı işi kaliteli yapmasıyla, mükemmel müşteri ilişkilerini gerçekleştirmesiyle, etik kurallara riayet etmesiyle, sosyal sorumluluk yüklenmesiyle ve kendisini tanıtmalarıyla ilgilidir.

İmaj yönetiminde veya kurumsal itibarın sağlanmasında yapılacak ilk iş bir "sıfır noktası" belirlemektir; yani, *mevcut imajı*¹ belirlemek ve kurumun hedef kitle tarafından tanınırlığını ölçmektir. Bunun için çalışanlar, müşteriler, yatırımcılar, medya, yerel yönetimler, yerel toplum, akademisyenler, kamu bürokrasisi ve benzeri sosyal paydaşlar nezdinde nasıl bir algılamaya sahip olduğuyula ilgili bir araştırma yapılması gerekir. (Peltekoğlu, 1998: 283; Kadıbeşegil, 2004:66)

Bu araştırma, yöre halkının NÜ' nin (mevcut) kurumsal imajını nasıl algıladığı ile ondan neler beklediğini belirlemeyi amaçlamaktadır. Böylelikle, NÜ' nin saygın bir kurum imajı kazanması, faaliyette bulunduğu yöreye daha faydalı olması ve etkin bir halkla ilişkiler tesis etmesi bakımından kurumun politika yapıcılarına bilimsel veri tabanı sağlanmış olacaktır. Yine, NÜ dışından, ilgili taraflar da bu bulgulardan faydalanabilecektir. Bu araştırma ile aynı zamanda, özellikle görüşme tekniği sayesinde, kendiliğinden bir halkla ilişkiler etkinliği de gerçekleştirilmiş olacaktır.

Çalışma, Niğde Belediye sınırları içinde kalan, kent merkezinde oturan "yöre halkı" ile sınırlıdır. Yani Niğde il merkezinde yaşayıp kentsel nüfusu oluşturmayanlarla, kent merkezinde oturmakla birlikte NÜ öğrenci ve çalışanları araştırma evreni dışında tutulmuştur. Bu çalışma salt bir pazarlama ve halkla ilişkiler alanına sokulamaz; neticede ilişki karşılıklıdır ve etkileşim toplumun sosyo-ekonomik yapısıyla ilişkili bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla, bu çalışma, aynı zamanda sosyolojik bir araştırma niteliğindedir.

¹ Kurum imajı vb kavramlar için bkz. (Peltekoğlu, 1998: 281-282).

2. NİĞDE

Kapadokya bölgesi içinde yer alan Niğde, İç Anadolu Bölgesinin Güney bölümünde yer alır. İl topraklarını doğuda Nevşehir ve Kayseri, Batıda Konya ve Aksaray, Kuzeyde Nevşehir, Güneyde ise Adana ve İçel illeri çevreler. (Niğde 97:73)

İl'in yüzölçümü 7.795 km², deniz seviyesinden yüksekliği 1.229 metredir. İlde bozkır iklimi egemendir.

Niğde ili 1924 yılında Cumhuriyet döneminin ilk Mülki düzenlemesiyle il statüsünü kazanmıştır. Aynı dönemde il olan Aksaray daha sonra 1933 yılında ilçe haline getirilerek Niğde'ye bağlanmıştır. 1954 yılında Nevşehir ilçesi il olarak Niğde' den ayrılmış, 1989 yılında Aksaray'ın tekrar il olmasıyla bugünkü idari görünümünü almıştır.

Niğde ili, yurdumuzun güneyini, İç Anadolu, Kuzey ve Batı Anadolu'ya bağlayan önemli demir yolu ve kara yollarının kavşak noktasındadır. Çevre illeri olan Adana, Mersin, Kayseri, Konya, Nevşehir, Aksaray illeriyle kara yolu; Adana, Kayseri ve Konya illeri ile de demir yolu bağlantısı vardır.

Niğde'nin gayri safi hasılasında tarım egemendir. Tarımsal etkinlik patates ve elma ziraatından oluşmaktadır. Nüfusun % 64' ü kırsal yerleşimde ikamet etmektedir. (Niğde Valiliği; İncekara,1998:7)

Niğde, illerin gelişmişlik sıralamasına göre 81 il içinde 49. sırada yer almaktadır. (DPT,2003) Daha kapsamlı ve yeni yapılan bir araştırmaya göre ise 57. sırada yer almaktadır. (Görün, 2005) Niğde il merkezi, ilçelerin gelişmişlik sıralamasına göre 155. sırada yer alıp, 6 gelişmişlik grubundan 2. gruba girmiştir. (DPT,2003)

2000 yılı Genel Nüfus Sayımı sonuçlarına göre il nüfusu 348.081' dir. Nüfusun % 36'sı kentlerde, % 64'ü bağlı belediye ve köylerde yaşamaktadır. Nüfus yoğunluğu km²'ye 45 kişidir. 177.396 olan il merkezi nüfusunun 78.088'i kentsel nüfusu, 99.308'i kırsal nüfusu oluşturur. İl merkezinin % 44'ü kentsel nüfusu oluştururken, % 66'sı kırsal nüfusu oluşturmaktadır. Üniversite kurulana kadar göç veren il konumunda olan Niğde'nin durumu 1992'de üniversitenin kurulmasıyla, nispeten dengelenmiştir. Nitekim, Niğde nüfusu 1990'a nispeten toplamda %13 artmıştır. Bu artışın büyük kısmı kent merkezinde gerçekleşmiştir. 1990'da 305.861 olan nüfus % 24 artmıştır. Niğde il merkezi kentsel nüfusu 1990-2000 arasında % 44 artmıştır.

Sonuçta, üniversitenin kuruluşu ile, başta kent merkezi olmak üzere, üniversite birimlerinin bulunduğu bütün yerleşim merkezlerinde belirgin bir nüfus artışı gözlenmiştir. (DİE; Tezekici,1998,217-224)

3. NİĞDE ÜNİVERSİTESİ

NÜ, 21 üniversite ile birlikte 3 Temmuz 1992 tarih ve 3837 sayılı kanunun ek 22. maddesine göre kurulmuştur. NÜ' nin başlangıcını, 1957 yılında MEB'e bağlı olarak kurulan, şimdi Niğde Eğitim Fakültesi olan, Niğde Kız Öğretmen Okulu'na kadar götürmek mümkündür. NÜ kurulmadan önce Selçuk Üniversitesi'ne bağlı iki yüksek okul ile bir iktisadi ve idari bilimler fakültesi faal durumdaydı.

Başlangıçta Niğde ve Aksaray illeri üzerinde kurulmuş olan Niğde Üniversitesi, Şereflikoçhisar MYO' nun kurulması ile Ankara ilinde de faaliyet göstermeye başlamıştır.

NÜ, kurulduktan sonra hızla büyümüştür. 1992' de kurulduğunda yaklaşık 2.500 olan öğrencisi-personel sayısı bugün 17000' e yaklaşmıştır. Üniversite' nin 6'sı aktif 8 fakülte, 4 yüksekokul 10 meslek yüksekokulu, 3 araştırma ve uygulama merkezi 1 Türk Müziği Konservatuvarı, 2 enstitü ve rektörlüğe bağlı 4 müdürlük olmak üzere 32 birimden oluşmaktadır. Bugün itibarıyla 15631 lisans ve yüksek lisans öğrencisi, 203'ü öğretim üyesi 825 akademik ve 356 idari personele sahiptir. NÜ' ne bağlı birimlerin adı ve sayısı, çalışan akademik personel ve öğrenci sayısı "Tablo 1" de gösterilmiştir.

Tablo 1. Niğde Üniversitesi'nin Akademik Kadro ve Öğrenci Sayısı

Bağlı Birimler	Öğrt Elm.	Öğr.	Bağlı Birimler	Öğrt Elm.	Öğr.
Fen ve Edebiyat Fak.	134	2219	Aksaray MYO	26	1005
İİBF	67	1223	Ortaköy MYO	14	527
Eğitim Fak.	87	2676	Zübeyde Hanım Sađl.Hizml. MYO	2	92
Mühendislik-Mimarlık Fak.	100	815	Aksaray Sađl. Hizml. MYO	3	174
Aksaray İİBF	40	374	Ulukışla MYO	12	350
Aksaray Mühendislik Fak.	91	756	Çamardı MYO	10	60
Beden Eğitimi ve Spor YO	34	296	Halil Zöhre Ataman MYO	21	494
Aksaray Bed.Eğ. ve Spor YO	13	304	Şerefli Koçhisar MYO	7	310
Zübeyde Hanım Sağlık YO	13	390	Fen Bilimleri Enst.	-	203
Aksaray Sađlık YO	8	344	Sos.Bil.Enst.	1	309
Niğde MYO	41	1749	Rektörlük	48	
Bor MYO	23	970			
			Toplam	825	15631

NÜ az fakülteli fakat meslek yüksekokulu ağırlıklı ve yerleşim şekli olarak "Kent Üniversitesi" modelini seçmiştir.

Üniversitenin gelişme süreci içerisinde % 25 fakülte ve % 75 meslek yüksekokulu ağırlıklı bir üniversite olması hedeflenmiştir. Bu bağlamda, NÜ' nin temel hedefi ülkenin ihtiyaç duyduğu kalifiye ara eleman yetiştirmektir. (Tutkun vd; Niğde 97: 237) Göreve yeni başlayan sayın Rektör Prof.Dr.Hamza Uygun, farklı olarak, NÜ' nin fakülteler ağırlıklı bir üniversite olacağını açıklamıştır. (NA Haber Gazetesi)

4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bilimsel metotla, alan araştırması modelinde yapılan bu çalışmanın veri toplama teknikleri anket ve görüşmedir. Her araştırmada olduğu gibi burada da, teorik kısım ve konuyla ilgili literatür masa başı çalışma ile gerçekleştirilmiştir. (Kavramlar hakkında bkz. Cebeci, 2002:14; Gökçe, 1992:65)

Araştırmanın evreni Niğde kent merkezinde oturan ve Niğde Üniversitesi mensubu olmayan yetişkinlerden oluşmaktadır. Rakamsal olarak, 2000 yılı Genel Nüfus Sayımı'na göre 77.088 olan Niğde kent merkezi nüfusundan Niğde kent merkezindeki üniversite birimlerinde çalışan ve okuyanlardan oluşan 10.500 kişi çıkarıldıktan sonra geriye kalan, 66.588 kişiye tekabül etmektedir.

Anket için, başlangıçta, %0,5 örnekleme oranı ile 330 örnekleme hacmi belirlenmiştir. Ancak, uygulamadaki çeşitli aksaklıklar nedeniyle bu sayı 304 olarak gerçekleştirilmiştir.

20 yaşından büyük bütün meslek grubu ve kategoriler örnekleme kapsamına dahil edilmiştir. 20' den küçük yaş grubunun dahil edilmemesi, bir açıdan, aile reislerini veya ailede sorumluluk alan yaş gruplarının hedeflenmiş olmasıyla ilgilidir. Çünkü aile reislerinin evreni temsil kabiliyeti daha yüksektir.

Örnekleme tekniği olarak, basit tesadüfi örnekleme kullanılmış ve rastlantısal olarak seçilen kişilere 11-19 Aralık 2004 tarihleri arasında anket uygulanmıştır.

(Nitel) Görüşme (Kavram için bkz. Cebeci,2002:103) ise, araştırma evrenini yetkin olarak temsil ettiğini düşündüğümüz toplumun kanaat önderleri ile yapılmıştır. (Tablo 2)

Tablo 2. Görüşme Yapılan Kişi ve Gruplar

N	Katılımcı Grubun Tanımı	Katılımcılar	Tarih
1	Niğde Belediyesi Basın ve Halkla İlişkiler	1.Md. Gökhan Demircioğlu 2.Md.Yard. Okan Güneş	07.01.05
2	Enformasyon	1.Sorumlu Memr. Mustafa Yurtseven	07.01.05
3	GESİAD	1.Başkan. B Oktay Erdoğan	08.01.05
4	NİSİAD	1.Bşk.Yrd. Şevket Katırcıoğlu	11.01.05
5	AKP	1.İl Bşk:Bülent Küçüktuna 2.İl Bşk.Yard.: Ömer Yüksek 3.İl Bşk.Yard.: Harun Dikici 4.İl Bşk.Yard.:Mustafa Giray	11.01.05
6	Organize Sanayi Bölge Mdr.	1.Md. Zuhâl Dişçekici 2.Bilgi İşlem Sorumlusu:Mahmut Peşin	11.01.05
7	Ziraat Odası	1.Başkan: Bayram Ali Özdemir	11.01.05
8	Niğde Anadolu Haber Gazetesi	1.Haber Md.: Kazım Karakaya 2.Yazı İşleri Md. Fazlı Gürbüz 3.Muhabir: Fazlı Gürbüz	12.01.05
9	Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği Başkanı	1.Başkan: İlhan Bayhan 2.Başk.Yard.:İlhan Tez 3.Yön.Kur.Üyesi: Handan Şen 4.Sekreter: Filiz Gökdemir	12.01.05
10	CHP	1.İl Bşk.:Sefa Erdoğan 2.Sekreter:Mahmut Salman 3.İlçe Bşk.:Fahrettin Polat	12.01.05
11	Valilik Basın ve Halkla İlişkiler	1.Mdr.: Nuran Çelik 2.Memur: Yusuf Güney	12.01.05

Nitel görüşme, mümkün olduğunca odak grup görüşmeleri olarak tasarlanmış olmakla birlikte, görüşüne önem verdiğimiz tek kişilerle de derinlemesine görüşmeler yapılmıştır.

Görüşmelerin üç konu etrafında gelişmesi hedeflenmiştir. Bunlar: 1) NÜ' nin kente yararı 2) NÜ' nin kurumsal imajı 3) Katılımcıların öneri ve beklentileri

Görüşme verileri, belli noktalarda odaklanmış görüşler ve orijinal bireysel düşünceler olarak tasnif edilmiştir. Görüşme veri toplama tekniği ile öncelikle konu hakkında kanaat oluşması, kanaatlerin pekişmesi, ankette eksik ve muğlak kalan noktaların açıklığa kavuşması amaçlandı.

Anket uygulanmasıyla toplanan veriler denetlenip, bilgisayar ortamında kodlanarak SPSS istatistik programı ile tasnif edilmiştir. Veriler düz ve çapraz tablolar halinde sunulmuştur. Görüşme verileri ise anahtar konular çerçevesinde derinlemesine bilgiler kayıt edilip odak ve orijinal düşünceler şeklinde sınıflandırılmıştır.

5. ARAŞTIRMAYA İLİŞKİN BULGULAR

5.1. Anket Verilerinin Değerlendirilmesi

Tablo 3. Genel Karakteristikler

Yaş Durumu	N	%	Cinsiyet Durumu	N	%	Medeni Durum		Eğitim Durumu	N	%	
						N	%				
20-30	96	31,6	Bayan	68	22,4	Evli	224	73,7	Okyaz-ilkokl.	20	6,6
31-40	92	30,3	Erkek	236	77,6	Bekâr	80	26,3	Orta-lise	128	42,1
40+	116	38,2							Yüksok-Ünv.	148	48,7
									Lisansüstü	8	2,6
Toplam	304	100,0	Toplam	304	100,0	Toplam	304	100,0	Toplam	304	100,0

Anketimize katılan katılımcıların yaşları büyükten küçüğe doğru, yaklaşık olarak % 38'i 40 yaş üzeri, %32'si 20-30 yaş arası, % 30'u 31-40 yaş arası şeklinde dağılım göstermektedir. Görüleceği üzere, yaş kategorileri, oldukça dengeli bir dağılım göstermektedir.

Araştırmaya katılanların % 22,4'ü bayanlardan, % 77,6'sı erkeklerden oluşmaktadır. Bu oran önceden hedeflenmemekle birlikte isabetli olmuştur. Çünkü, nispeten geleneksel özelliklerin baskın olduğu bir toplumsal yapıda erkeklere ulaşmak daha pratik ve erkeklerin evreni temsil kabiliyeti daha yüksektir.

Eğitim dağılımına bakıldığında iki büyük kategori dikkate çarpmaktadır. Birincisi; % 48,7 ile yüksekokul üniversite mezunları, ikincisi; % 42,1 ile ortaokul lise mezunları. Niğde'nin okuma yazma oranının %95 olduğu düşünülürse bu durum yadsınmamalıdır. Nitekim, Niğde geçmişte "aydınlık kenti" olarak anılmaktaydı. (Valilik İPKM)

Mesleki dağılımda büyükten küçüğe doğru esnaf, öğretmen, memur ve emekli kategorilerinin belirgin olarak öne çıktığı görülmektedir. Bu dağılım sanayisi gelişmemiş, daha çok kamunun yarattığı hizmet sektörünün sürüklediği bir kent için son derecede olağan karşılanmalıdır.

Tablo 4. Genel Karakteristikler

Mesleki Durum	İkamet Süresi(Yıl)		Gelir Durumu YTL					
	N	%	N	%				
İşçi	12	3,9	1-3	32	10,5	500 Ytl altı	36	11,8
Memur	40	13,2	4-7	12	3,9	500-1000	132	43,4
Emekli	40	13,2	8-11	8	2,6	1000-1.500	88	28,9
Esnaf	76	25,0	12-15	36	11,8	1.500 Ytl üzeri	32	10,5
Tüccar	4	1,3	16-19	12	3,9	Boş	16	5,3
Zanaatkar	4	1,3	20+	176	57,9			
Girişimci	4	1,3	Boş	28	9,2			
Öğretmen	64	21,1						
Öğrenci	8	2,6						
Tarım	4	1,3						
Ev hanımı	24	7,9						
Boş	24	7,9						
Toplam	304	100,0	Toplam	304	100,0	Toplam	304	100,0

Katılımcıların Niğde’de ikamet sürelerine bakıldığında iki husus dikkati çekmektedir. Birincisi 20 yıldan fazla kalanların % 58 ile yarıdan fazlayı oluşturması; ikincisi ise 12 yıldan az yıl ikamet edenlerin % 17 gibi küçük bir oranı oluşturmasıdır. Demek ki, katılımcıların çok önemli kısmı üniversitenin kuruluşundan bu tarafa kentte ikamet etmektedir.

Gelir dağılımında İLK göze çarpanlar, alt ve üst gelir gruplarının yaklaşık aynı oranlarda toplam % 22’yi oluşturmasına karşın, orta gelir grubunun en büyük pastayı oluşturmasıdır. İkinci olarak, alt-orta gelir grubunun % 43,4 gibi büyük bir pastayı oluşturmasıdır. Esnaf, memur-öğretmen ve emeklilerden oluşan nüfusun ağırlıklı dağılımı bir hizmet kentinin yapısına uygun düşmektedir.

“Tablo 5” ten anlaşıldığına göre; katılımcıların tümü NÜ’ nin varlığından haberdardır. Tanınırlık kurumsal imajın dört aslı ögesinden birisidir. (Bayır,2004) Bu doğrultuda olmak üzere, katılımcıların yaklaşık % 90’ı NÜ’ nin herhangi bir birimine bir nedenle gitmiş, ilişki kurmuştur. Yine, “Tablo 6” ya göre, katılımcıların oturduğu mahallelerin yaklaşık % 90’ında NÜ’ nden bir öğrenci ikamet

etmektedir. Katılımcıların neredeyse tümünün hem duyuşsal hem bilişsel düzeyde NÜ’ ni tanıdıklarını söylemek yanlış olmayacaktır.

Tablo 5. Niğde Üniversitesi’nin Tanınma Durumu

Üniversiteden Haberdarlık	Üniversiteyle Temas Durumu		Üniversitede En Fazla Dikkat Çeken Husus					
	N	%	N	%				
Evet	304	100,0	Evet	268	89,5	Kamp.İnşaat.bitmemesi	100	33
Hayır	0	0	Hayır	28	10,5	Serbest öğrenci.davranıştı	28	9,2
-	-	-	-	-	-	Siyasi tarafgirlik	16	5,3
						Kampus kapısı	40	13
						Kalitesiz eğt.,lise gibi	44	14,5
						Tepkisiz,fikri yok	76	25
Toplam	304	100,0	Toplam	304	100,0	Toplam	304	100,0

“NÜ deyince ne aklınıza geliyor” şeklindeki açık uçlu sorunun cevapları “Tablo 5” te düzenlenmiştir. Buna göre; sırasıyla (ve yaklaşık olarak) kampus inşaatı %33, kalitesiz eğitim %15, kampus kapısı %13 ve öğrencilerin serbest ve bireyci davranışları %9’ dur. Bu soru, temelde halkın üniversiteyi nasıl algıladığının ipuçlarını vermektedir. Kampus inşaatı konusu, genel olarak, kampus yapımının geç kaldığı düşüncesi ile inşaat görüntüsünün yol açtığı dağınıklık ve düzensizlikle ilgilidir ve olumsuz yöndedir. Katılımcılardan bir kısmı kampus kapısını gereksiz ve zamansız bulurken, diğer kısmı yargılamaksızın yalnızca dikkatini çektiğini belirtmiştir.

Tablo 6. Mahallede Oturan Öğrencilere Gösterilen Tepki

Mahallesi nde Oturan Öğrenci	Mahalleliye Öğrencinin Ters Düşme Durumu		Mahallelinin Genelde Onaylamadığı Öğrenci Davranışları					
	N	%	N	%				
Evet	272	89,5	Evet	80	26,3	Serbest,saygısız, bireyci	72	23,7
Hayır	32	10,5	Hayır	172	56,6	Kız-erkek ilişkileri	36	11,8
			Boş	52	17,1	Gürültü yapmaları	40	13
						Güvenilmezlikle ri	16	5,3
						Genelde olumlu	140	46
Toplam	304	100,0	Toplam	304	100,0	Toplam	304	100,0

“Tablo 6”ya göre; katılımcıların yaklaşık % 57’ si öğrencilerin mahalle halkına ters düşen durumlarının olmadığını belirtmesine karşın, % 26’sı öğrencilerin mahalleliye ters düşen durumlarının olduğunu belirtmiştir. Yine, katılımcıların % 24’ü öğrencilerin serbest, saygısız ve bireyci olmalarından, %13’ü gürültü yapmalarından, yaklaşık %12’si kız-erkek ilişkilerinden ve % 5,3’ü güvenilir olmalarından yakınmıştır.

Tablo 7. Öğrenci Davranışlarına Gösterilen Tepkinin Çapraz Karşılaştırması

Eğitim		Evet	Cinsiyet	Evet	Medeni Durum	Evet	Meslek	Evet	İkamet	Evet	Gelir (Ytl)	Evet
Okur-yazar İlkokul	N %	8 40,	Bayan	4 6,1	Evlü	68 30,4	Mem-Öğrtm	40 11,1	8-11	20 38,5	500 den düşük	8 22,2
Orta-lise	N %	36 28	Erkek	136 32,2	Bekâr	12 15	Emekli	12 38,5	12-19	8 16,7	500 - 1.500	68 28,8
Yük. okul-Ünv.	N %	36 23					Esn,Zan, Tüc,Gir	20 30	20+	36 20,5	1.500 +	4 12,5
	N %						Boş	8 22,7	Boş	16 57,1		
Toplam	N %	80 26,3	Toplam	80 26,3	Toplam	80 26,3	Toplam	80 26,3	Toplam	80 26,3	Toplam	80 26,3

“Tablo 7” de; öğrencilerin davranışlarını ters bulma tutumu ile tutum sahibi katılımcıların sosyo-ekonomik durumları arasında çapraz karşılaştırma yapılmıştır. Buna göre; eğitim düzeyi arttıkça öğrencilerin davranışlarını olumsuz bulma oranı azalmaktadır (% 40, %28 ve %23). Benzer eğilim nispeten ikamet süresine göre de geçerlidir. Niğde’de daha uzun yıllar ikamet etmekte olanlar, öğrencilere daha toleranslı yaklaşmaktadırlar. Nitekim, 12 yıldan az Niğde’de ikamet edenler toplamdan (%26.3) bile büyük oranda (%38,5) öğrencilere olumsuz yaklaşmaktadırlar. Görüldüğü üzere; tanıma ve eğitim düzeyi ile öğrenci üzerinden üniversiteye olumlu yaklaşım tutumu arasında doğru orantı vardır.

Bayanlara nispeten erkekler (%6’ ya %32), öğrencilerin davranışlarına 5 kattan daha fazla olumsuz yaklaşmaktadır. Evliler bekârlara nispeten öğrencilere iki kat daha (%15 e %30) olumsuz yaklaşmaktadırlar. Olumsuz tutum sahibi evliler ile erkeklerin genel

ortalamanın üzerinde bir oranda öğrencilere olumsuz tutum takımları ataerkil bir kültürel yapıyla ilgili olmalıdır.

Gelir düzeyi en yüksek olanlar öğrencilerin serbest yaşantılarına en olumlu yaklaşanlardır. Orta gelir grubu alt gelir grubundan nispeten daha olumsuz yaklaşmaktadırlar. Sosyolojik olarak orta tabaka her zaman toplumsal düzenin, muhafazakarlığın savunucusu olmaya eğilimlidir. Nitekim, esnaf ve tüccar kesimi de ortalamanın üzerinde olumsuz tepki göstermektedir. Ancak, orta gelir grubunda olmakla birlikte memur ve öğretmenler kesimi eğitilmiş olmalarına koşut bir şekilde, daha olumlu tutum sahibidirler.

Sonuç itibarıyla; öğrenci davranışlarına –ve dolayısıyla üniversite imajına olan tepki- yüksek öğrenim görenlerde, en üst gelir grubunda, bekârlarda, bayanlarda, nispeten Niğde’de daha uzun süre kalanlarda ve memur-öğretmen kesiminde nispeten daha olumludur.

Tablo 8. Niğde Üniversitesi’nin Yarar Durumunun Çapraz Karşılaştırması

Eğitim		Evet	Cinsiyet	Evet	Medeni Durum	Evet	Meslek	Evet	İkamet	Evet	Gelir (Ytl)	Evet	Yaş	Evet
Ok-yazar İlkokul	N %	16 80	Bayan	60 88,2	Evlü	60 88,2	Mem, Öğrtm	52 72,2	8-11	44 84,6	500 -	32 88,9	20-30	84 87,5
Orta-lise	N %	104 81,3	Erkek	204 86,4	Bekâr	204 86,4	Emekli	96 92,3	12-19	40 83,3	500 - 1.500	200 84,7	31-40	80 87
Yüks.o k-Ünv.	N %	144 92,3					Esn,Zan, Tüc,Gir	36 90	20+	160 90,9	1.500 +	32 100	40+	100 86,2
	N %						Boş	80 90,9	Boş	20 71,4				
Topl.	N %	264 86,8	Topl.	264 86,8	Topl.	264 86,8	Topl.	264 86,8	Topl.	264 86,8	Topl.	264 86,8	Topl.	264 86,8

“Tablo 8” de NÜ’ ni Niğde’ye yararlı bulma tutumu ile tutum sahibi katılımcıların sosyo-ekonomik durumları arasında çapraz karşılaştırma yapılmıştır. Buna göre; “NÜ, Niğde’ ye yararlı mıdır” sorusuna verilen cevap yaş gruplarına, cinsiyete ve medeni duruma göre pek farklılık göstermemiştir. Şu kadar ki; bayanlar, evliler ve nispeten genç yaşta kişiler, küçük bir farkla da (%1,8) olsa, daha iyimserdirler.

“NÜ, Niğde’ ye yararlı mıdır” sorusuna verilen olumlu cevap oranı, %80, %81,3, %92,3 şeklinde, eğitim düzeyi yükseldikçe arttığı gözlenmiştir. Özellikle yüksek öğrenim görmüş katılımcıların evet

deme oranı (%92,3) hem ortalama (%86,8), hem de eğitim düzeyi düşük diğer gruplara nispeten belirgin olarak yüksektir.

Gelir gruplarından orta gelir grubunun verdiği olumlu cevap (% 84,7) hem ortalamadan, hem diğer gelir gruplarından nispeten düşük düzeyde kalmıştır. En yüksek gelir grubunun % 100'ü NÜ' nin kente yararlı olduğunda hemfikirdir. İkamet süresinde dikkati çeken şey ise; daha uzun süre kentte kalanlar diğerlerinden daha olumludurlar. Meslek gruplarında ise, emekli-esnaf-tüccar grubu ortalamanın ve memur-öğretmen grubundan daha yüksek oranda olumludur.

Tablo 9. Niğde Üniversitesi Öğrencilerine Gösterilen Tepki

Ahlaklılık	N	%	Tutumluluk	N	%	Öğr.ye kiralama	N	%	Kiraya Vermeme Nedeniniz	N	%
Niğdeli öğrenci daha ahlaklı	60	19,7	Niğdeli öğrenci tutumlu	44	14,5	Evet	192	63	Hor kullanmaları	72	23,7
Misafir öğrenci ahlaklı	4	1,3	Misafir öğrenci tutumlu	56	18,4	Hayır	104	34	Ahlaksızlık	32	10,5
Fark Yok	160	52,6	Fark yok	92	30,3	Boş	8	3	Cevapsız	200	65,8
Fikri Yok	80	26,3	Fikri yok	112	36,8						
Toplam	304	100	Toplam	304	100	Topl.	304	100	Toplam	304	100

“Tablo 9” a göre; katılımcıların yaklaşık % 65’i evini öğrenciye kiraya vermektan çekinmeyeceğini belirtmiştir. Evini öğrenciye kiraya vermem diyenlerin yaklaşık %70’ i evlerinin kötü kullanılacağını öne sürerken, yaklaşık % 30’ u ahlaki kaygıyı öne sürmüştür.

Katılımcıların yaklaşık %20’ si Niğdeli öğrencileri daha ahlaklı bulurken, yaklaşık % 1,5’i Niğdeli olmayanları daha ahlaklı bulmaktadır. Katılımcılar, önceki yargılarına karşıt bir şekilde, tutumluluk konusunda Niğdeli olmayan öğrencilerin Niğdeli olanlardan, %33’e %15 oranında, daha ahlaklı olduklarını belirtmişlerdir.

Tablo 10. Niğde Üniversitesi’nin Niğde’ye Yararı

Üniversitenin Yararı	N	%	Üniversitenin Yararlı Yönü	N	%	Üniversitenin Zararlı Yönü	N	%
Evet	664	86,8	Ekonomik	136	44,7	Ekonomik	16	5,3
Hayır	32	10,5	Kültürel	36	11,8	Kültürel	8	2,6
Boş	8	2,6	Ahlaki	4	1,3	Ahlaki	32	10,5
-	-	-	Bilimsel	24	7,9	Bilimsel	8	2,6
-	-	-	Boş	104	34,2	Boş	240	78,9
Toplam	304	100,0	Toplam	304	100,0	Toplam	304	100,0

“Tablo 10” a göre; katılımcıların yaklaşık % 87’ si NÜ’ nin Niğde’ye yararlı olduğunu belirtmişken, yaklaşık % 11’i yararlı olmadığını belirtmiştir. “Tablo 11” deki çapraz karşılaştırmaya göre; katılımcılar, % 50,8’ (cevaplamayanlar devre dışı bırakıldığında 73.3) ile en fazla ekonomik bakımdan NÜ’ ni Niğde’ye yararlı bulmuştur.

Tablo 11. NÜ Niğde’ye Yararlı Olmuş mudur? & NÜ Hangi Alanda Yararlı Olmuştur?

NÜ’nin Yararı	Ekonomik	Kültürel	Ahlaki	Bilimsel	Boş	Toplam
Evet	132 50,8% 97,1%	32 12,3% 88,9%		20 7,7% 83,3%	80 30,3% 76,0%	260 100,0% 86,7%
Hayır	4 12,5% 2,9%	4 12,5% 11,1%		4 12,5% 16,7%	20 62,5% 20,0%	32 100,0% 10,7%
Boş			4 50,0% 100,0%		4 50,0% 4,0%	8 100,0% 2,7%
Toplam	136 45,3%	36 12,0%	4 1,3%	24 8,0%	104 33,3%	304 100,0%

NÜ, katılımcılar tarafından, yaklaşık % 45 oranında ekonomik, % 12 oranında kültürel, % 8 bilimsel yönden yararlı bulunmuştur. Sakıncalı bulanların yaklaşık yarısı ahlaki kaygıyı neden olarak öne sürmüşlerdir.

5.2. Görüşme Verilerinin Değerlendirilmesi

5.2.1. Niğde Üniversitesi'nin İmajı

1. 11 görüşme grubundan 9'u "NÜ genel olarak olumsuz bir imaja sahiptir" şeklinde odak bir görüş birleşmiştir, 1 grup "NÜ'nin genel olarak olumsuz imaja sahip olduğu söylenemez" demiş, diğer grup ise "Niğde halkı NÜ'nin imajı konusunda nötrdür" şeklinde görüşte birleşmişlerdir. NÜ'nin imajını olumsuz diyenlerin tümü öğrenim, araştırma, akademik kadro, halk danışmanlığı ve rehberliği görevi, hoca-öğrenci ilişkileri gibi üniversitenin tüm işlevleri konularını kapsayan genel bir "kalitesizlikten" yakınmıştır.

2. Üniversitenin kurumsal imajını olumsuz olarak değerlendirenlerin tümü "NÜ belli bir politik görüşle özdeşleşmiştir, iltimas ve adam kayırmacılık yaygınlaşmıştır" şeklinde görüş bildirmiştir.

3. 11 görüşme grubundan 10'u "halktan kopuk, yalıtılmış" ve "halkla ilişkiler yetersiz" diye görüş bildirmiştir.

4. 11 gruptan 8-9'u "üniversite kampusu yanlış yerde kurulmuştur" şeklinde görüş belirtmiştir.

5. Görüşme gruplarından 5'i "kampus yapısının bitmemesini", "altyapının tamamlanmamasını" olumsuz olarak değerlendirmiştir. Üniversite imajının genel olarak olumsuz olmadığını belirten Niğde Enformasyon sorumlusu; "fiziki altyapı yapısının bitmemesi, üniversitenin bundan dolayı dağınık bir görüntü vermesini" olumsuz imajın nedeni olarak göstermiştir.

7. Görüşme gruplarının hemen hemen tümü; "Niğde halkının, serbest öğrenci davranışlarını, kız-erkek ilişkilerini başlangıçta olduğu gibi olumsuz yargılamadığını, bu durumu giderek doğal karşıladığını" belirtmiştir. Bu çerçevede dile getirilen rahatsızlık ise farklı bir bağlamla ilgilidir: Bazı kimselerin, bazı kız öğrencilerle olan ilişkisiyle ilgili çıkan söylentilerden rahatsızlık duyulduğunu, ancak, sorumluluğun üniversitede değil, daha çok halkta, özellikle esnafta olduğu düşünülmektedir. Şu kadar ki; öğrencilerin kız-erkek aynı evde ikamet etmeleri tasvip edilmemektedir. Olumsuz örneklerin doğal karşılanabilecek kadar azlıkta olduğu da genel kabul görmüş odak bir düşüncedir.

8. Üniversite imajının olumsuz algılanması bütünüyle objektif nedenlere dayanmamaktadır. Nitekim, Niğde Anadolu Haber Gazetesi grubuna göre; "Halkın NÜ'ni olumsuz algılayışı biraz da ekonomik tatminsizlikle ilişkilidir." Bu bağlamda, halkın üniversiteye yaklaşımı sığ ekonomik menfaatlere ve siyasi mülahazalara odaklanmıştır. Özellikle esnaf kesiminin üniversiteye bakışı bütünüyle bu doğrultudadır. Bunun nedeni, önemli ölçüde, başta politikacılar olmak

üzere üniversitenin kuruluşuna çalışanların salt ekonomik menfaatlerle ilgili söylem ve propagandaları öne çıkarmış olmalarıdır. Nitekim, bu doğrultudaki kabartılan iştah, yaratılan beklenti üniversitenin sosyal katkılarının görülmesinin önünde bir perde olmuştur.

5.2.2. Niğde Üniversitesi'nin Niğde'ye Yararı

11 görüşme grubunun tümü "NÜ Niğde'ye yararlı olmuştur" yargısında ittifak etmiştir. Yalnızca, Niğde Anadolu Haber Gazetesi grubu "NÜ Niğde'ye yararlı olmuştur, ama yeterince değil" şeklinde eleştirel bir görüş belirtilmiştir.

2. "Üniversitenin kentin sosyo-ekonomik kalkınmasına çok büyük yararı olmuştur" yargısı genel kabul gören bir düşünce olmakla birlikte bu dengede ekonomik taraf daha ağır basmaktadır. Bununla birlikte CHP, Çağdaş Yaşam Derneği ve Enformasyon grubu "Üniversite her açıdan modernleşmenin sürükleyicisi olmuştur" şeklinde sosyal yönü daha çok öne çıkarmışlardır. Ama, üzerinde uzlaşmaya varılan konu, "NÜ'nin, ekonomi başta üzere kentin sosyo-ekonomik kalkınmasında motor işlevi görmüştür" yargısıdır.

Görüşme gruplarının, yararlarla ilgili, odaklaştığı diğer görüşler aşağıdaki gibidir:

"Sosyo-ekonomik gelişmeyi sağlamıştır", "Nüfusu artırmıştır", "Kentleşmeyi sağlamıştır", "Modernleşmenin öncüsü olmuştur", "Hoşgörü ve demokrasi kültürünü geliştirmiştir", "Sosyal yaşantıyı canlandırmıştır", "Hizmet sektörünün sayısını ve kalitesini artırmıştır", "Kente sıcak para girişini artırmıştır", "Niğde'den dışarıya giden yatırımlar artık Niğde'de kalmaktadır", "NÜ Niğde'nin tanıtımı için bir şans olmuştur", "Üniversite ile kentin kültürel zenginliğini artırmıştır", "NÜ Niğde'yi kozmopiletleşmesi sayesinde özgürlük, hoşgörü kültürü çoğalmıştır", "Modern hayatın yaygınlaşmasında en önemli neden olmuştur".

Bunlar arasında özel görüşlerden bazıları şunlardır: "Niğde dışından gelen her öğrenci Niğde'nin tanıtımı için önemli bir fırsattır" (Belediye Grubu). Üniversite sayesinde modern bir şekilde giyinebiliyoruz (Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği Grubu, bayan görüşmeciler). "Eskiden eşlerimiz, bayanlar kot pantolon giydiklerinde halk yiyecek gibi bakardı" (Enformasyon Grubu).

4. Üniversitenin, başlangıç döneminde, konut kiralari nispeten artmıştır. Ancak, bu durum, daha sonra düzelmiştir. Keza, üniversite ile gelen modern yaşam kalıpları, halkta, başlangıçta ahlaki kaygı uyandırmasına karşın, daha sonradan nispeten dengelenmiş ve bu hassasiyete sahip olanlar önemli ölçüde marjinal kalmıştır. Üniversite ile ilgili şikâyetler, üniversitenin genel olarak yararlı olup olmadığından daha çok, üniversitenin varlığından yararlananların

ranttan daha fazla pay almalarıyla; bölüşümle ve daha fazla yarar beklentisiyle ilgilidir.

5.2.3. Niğde Halkının Niğde Üniversitesi'nden Beklentileri

Beklentiler, genel olarak yukarıda değinilen "nitelik" ilgili sorunların düzeltilmesiyle, kentin sosyo-ekonomik gelişmesine yönelik bazı proje ve etkinliklerin gerçekleştirilmesi talebine içkindir.

1) Niğde Belediyesi Basın Ve Halkla İlişkiler Grubu:

- Kalitesiz kurum imajı düzeltilmelidir. Öğrenimin kalitesi yükseltilmeli, iş imkânı yüksek bölümler açılmalıdır.

- Tarımla ilgili okul ve bölümlerin açılmasına öncelik verilmelidir. 2 yıl eğitim veren tarımla ilgili bölümler 4 yıla çıkarılmalıdır.

- Basın ve halkla ilişkiler etkinleştirilmelidir.

- Kampus yapımı bir an önce bitirilmelidir.

- Düzenlenen etkinliklerde halk kitleleri de gözetilmelidir.

- Basın ve halkla ilişkiler etkinleştirilmelidir.

- Niğde'deki kurumlarla ortaklaşa sosyal etkinlikler düzenlenmelidir.

- Öğrenci sayısı artırılmalıdır. Gece eğitiminde azalan öğrenci geri kazanılmalıdır.

2) Kültür ve Turizm Müdürlüğü Enformasyon Grubu:

- Düzenlenen etkinliklerde halk kitleleri ve kırsal alan da gözetilmelidir.

- Tarımla ilgili okul ve bölümlerin açılmasına öncelik verilmelidir.

- İldeki tarımın modernleşmesine öncülük edilmelidir.

3) GESİAD Grubu:

- Politik imajdan kurtulmalı, kurumsal bir kimliğe kavuşmalıdır.

- Kalitesiz kurum imajını düzeltmelidir.

- Basın ve halkla ilişkiler etkinleştirilmelidir.

- İş çevresinin ihtiyaç duyduğu eğitim ve seminer programları düzenlenmelidir.

- Danışmanlık ve teknik hizmet vermek üzere kendi bünyesinde bir koordinasyon birimi ihdas etmelidir.

- Üniversite, sivil toplum ve diğer önemli kamu kurum temsilcilerinden oluşan bir platform oluşturulmalıdır.

4) AKP Grubu:

- Politik imajdan kurtulmalı, kurumsal bir kimliğe kavuşmalıdır.

- Kentin ekonomik gelişmesi için araştırma ve danışmanlık hizmeti verilmelidir.

- Teşvik yasasıyla ilgili araştırmalar yapmalı, bu konuda halka danışmanlık yapmalıdır.

- Akademik çalışmalarda Niğde'nin ihtiyaçları göz önünde bulundurulmalıdır

- Üniversite ile işadamlarını bir araya getirerek bir platform oluşturulmalıdır.

- Tarımla ilgili (tarla ve bahçe bitkileri gibi) okul ve bölümlerin açılmasına öncelik vermelidir.

- İldeki tarımın modernleşmesine öncülük edilmelidir.

- Kayıt döneminde öğrencilerin banka kuyruğu sorununa çözüm bulunmalıdır.

5) CHP Grubu:

- Politik imajdan kurtulmalı, kurumsal bir kimliğe kavuşmalıdır.

- Tarım ve sanayi kesimine danışmanlık ve teknik destek vermelidir.

- Daha fazla bilimsel ve sosyal etkinlikler düzenlenmelidir.

6) Organize Sanayi Bölge Müdürlüğü Grubu:

- Kalitesiz kurum imajını düzeltmelidir.

- Danışmanlık ve teknik hizmet vermek amacıyla kendi bünyesinde bir koordinasyon birimi ihdas etmelidir. KOSGEB desteğiyle Erciyes Üniversitesi bünyesinde kurulan Tek-mer gibi.

- Serbest meslek erbabına eğitim ve danışmanlık hizmeti verilmelidir.

- Girişimcilik konusunda eğitim ve seminerler vermelidir.

- Niğde nin teşvik kapsamına alınmasıyla ilgili, hukuk, iktisat, işletme konularında referans çalışmalar yapılmalıdır.

7) Ziraat Odası Grubu:

- Tarımla ilgili okul ve bölümlerin açılmasına öncelik verilmelidir. Tarla Bitkileri bölümü açılmalıdır. 2 yıl eğitim veren tarımla ilgili bölümler 4 yıla çıkarılmalıdır.

- İldeki tarımın modernleşmesine öncülük etmelidir.

- Gen mühendisliği ile ilgili ar-ge çalışmaları yapmalı, bu konuda danışmanlık yapmalıdır.

- GDO lu tohum ve ürünlerin çevreye ve ekolojiye olan etkileri araştırılmalıdır.

8) NİSİAD Grubu:

- Niğde'nin yatırım potansiyeliyle ilgili araştırma ve danışmanlık yapmalıdır.

9) Niğde Anadolu Haber Gazetesi Grubu:

- Basın ve halkla ilişkiler etkinleştirilmelidir.

- Yerel basın desteklenmelidir.

- Üniversitenin, halk tarafından, salt ekonomik olarak algılanmasının önüne geçilmelidir.

10) Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği Grubu:

- Kalitesiz kurum imajı düzeltilmelidir. Öğrenim kalitesi artırılmalıdır.

- Politik bir imajdan kurtulmalı, kurumsal bir kimliğe kavuşmalıdır.

- Kampus yapımı bir an önce tamamlanmalıdır.

11) Valilik Basın ve Halkla İlişkiler Grubu:

- Tıp ve hukuk fakülteleri açılmalıdır.

- Üniversite web sitesi bilgilendirme ihtiyacını daha iyi karşılayacak şekilde geliştirilmelidir.

Sonuç olarak; görüşmenin 7-8'inde, en fazla, Niğde'nin ekonomik gelişmesi için üniversitenin araştırma, eğitim ve danışmanlık hizmeti vermesine yönelik çeşitli talepler dile getirilmiştir. Daha sonra; 4 grup, üniversitenin kalitesiz kurum imajının düzeltilmesi ile üniversitenin belli bir politik imajla özdeşleşmemesi yer almıştır. İldeki tarımın modernleşmesine öncülük edilmesiyle, halkla ilişkilerin güçlendirilmesi diğer önemli talep olarak öne çıkmıştır.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Niğde halkının NÜ' ne bakışı ve beklentilerini belirlemeye yönelik olarak yapılan bu araştırma 304 katılımcıya uygulanan anket ve 11 görüşme grubuyla yapılan nitel görüşme ile tamamlanmıştır. Tamamlanan bu araştırma ile aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

1. NÜ Niğde halkı tarafından tanınmış bir kurumdur.

2. NÜ' nin Niğde toplumunda önemli ölçüde kabul gördüğü, halkın üniversite ile karşılaştığı en sıcak kesime hattı olan öğrencilere verdiği tepkilerden anlaşılmaktadır. Nitekim, katılımcıların yaklaşık % 65'i evlerini üniversite öğrencisine kiraya vermeye çekinmeyeceklerini belirtmiştir. Yine, yaklaşık aynı oranda katılımcı mahallesinde ikamet eden öğrencileri benimsediğini belirtmişlerdir. Her toplum için riskli bir sosyal grup olan öğrencilerin gördükleri belli olumsuz tepkiler ise aslında her yerde rastlanabilecek türdendir. Şu kadar ki; öğrencilerin serbest davranış biçimi, kız-erkek ilişkileri ve bireycilik konusuna katılımcıların tepkisi büyük kentlerde rastlanmayacak yoğunluktadır.

3. NÜ öğrencilerinin imajı bayanlar, bekârlar, yüksek öğrenim görmüş kesim, üst gelir grubu ve kentte uzun süre ikamet edenler nezdinde nispeten daha olumlu iken, orta gelir grubu, esnaf-tüccar statü grubu, evli ve erkeklerde ise nispeten olumsuzdur. Bu durum, orta tabakanın her zaman sosyolojik olarak muhafazakârlığın temsilcisi olmasıyla ilgilidir. Yine, erkek ve evlilerin nispeten olumsuz tutum takımları otoriter kültürü yaşatan ataerkil yapıyla ilgilidir.

4. Görüşme sonuçlarına göre; serbest kız-erkek öğrenci ilişkileriyle ilgili ahlaki kaygıların, başlangıçtan bu yana, giderek azalan, sıradan ve doğal karşılanan bir olgu olduğu gözlenmiştir. Bu tepekte, anket katılımcıları görüşmecilere nispeten daha temkinlidir.

5. NÜ' nin kurumsal imajı genel olarak olumsuzdur. Bu olumsuzluk temelde kampus inşaatı ve fiziki altyapının tamamlanmamış olması, kampus yerinin yanlış seçimi, bir politik kimlikle özdeşleşme, iltimas ve adam kayırmacılık, öğrenim kalitesi, hoca-öğrenci ilişkileri, halktan yalıtılmışlık ve basın ve halkla ilişkilerdeki yetersizlik gibi konularla ilgilidir.

6. "NÜ Niğde' nin sosyo-ekonomik kalkınmasına yararlı olmuştur" düşüncesi genel olarak kabul gören bir yargıdır. Ancak, yarar algılanması daha çok ekonomiyle ilgilidir. Bu ise, bir yönüyle, kuruluş aşamasında üniversitenin daha çok dar ekonomik menfaatler sağlayacağına yönelik yapılan yoğun propagandayla ilgilidir. Aşırı kabartılan iştah hem ekonomik açıdan tatminsizliğe hem de üniversitenin sosyal yararlarının göz ardı edilmesine neden olmuştur. Bununla birlikte görüşmeci grupların yaklaşık % 30'u üniversitenin sosyal işlevlerini daha fazla öne çıkarmıştır. Bu görüşmeciler

üniversitenin yararını geniş anlamıyla “modernleşme” kavramıyla ifade etmişlerdir.

7. NÜ’ nin Niğde’ye yararı tepkisinin katılımcıların özelliklerine göre dağılımı, öğrencilere gösterilen tepkiye benzerdir. Şu kadar ki; esnaf-tüccar grubu, öğrencilere temkinli yaklaşırken, üniversitenin yararı konusunda olağanüstü sayılabilecek oranda olumlu tutuma sahiptir. Yine, evlilerin ve erkeklerin üniversitenin yararlı olduğuna duydukları inanç oranı öğrenci davranışlarına duydukları tepki oranının çok çok üzerindedir.

8. Niğde halkının NÜ’ nden beklentileri konu başlıklarıyla şunlardır: 1) NÜ Niğde’ nin tarımsal, sanayi ve ticaretin gelişmesi için etkin bir araştırma, eğitim ve danışmanlık hizmeti vermesi 2) Kalitesiz kurum imajının düzeltilmesi 3) Belli bir politik imaja angaje olmaktan kurtulması 3) Halkla ilişkilerin güçlendirilmesi

9. Sorunların temelde çözümü, üniversitenin öncelikle fiziki altyapısını, donanım ve personel (özellikle akademik personel) ihtiyacını günün şartlarına göre sağlamasıyla mümkün olacaktır. Kısa vadede sağlanamayacak gelişmeler ise halka çeşitli ortam ve biçimlerde anlatılmalıdır.

10. Toplumla yönelik planlanıp yapılacak araştırma ve etkinlikler hem üniversite imajının olumlulaşmasına hem de Üniversitenin benimsenmesine yarayacaktır. Bu şekilde kurumun gelişmesinde halkın maddi ve manevi katkıları da sağlanabilmiş olacaktır.

11. Üniversite içindeki her türlü sosyal ilişkinin objektif ilkeler çerçevesinde kurumlaşmasına çalışılarak dışarıya yansıyan olumsuz görüntülerin minimize edilmesi mümkün olacaktır.

KAYNAKLAR

ARGÜDEN, Yılmaz, “İtibar Yönetimi”, *Dünya Gazetesi*, 25.07.2003.

BAYIR, A. İhsan, *DSMMMO Yeniden Yapılanma ve Kurumlaşma Çalışması Hazırlık Raporu*, Denizli-2004.

CEBECİ, Suat, *Bilimsel Araştırma ve Yazma Teknikleri*, 2. Basım, Alfa/Aktüel Kitabevi, İstanbul-2002.

DİE, *Nüfus Sayımı Sonuçları*, Çeşitli Yıllar.

DPT, *İllerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Stralaması*, 2003.

EMREM, Erdinç, “Entelektüel sermaye ve Bileşenlerinin Kavramsal Analizi”, *Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, Cilt:6 Sayı:1, http://www.isguc.org/arc_view.php?ex=186 (24.02.2005).

GÖKÇE, Birsen, *Toplumsal Bilimlerde Araştırma*, Genişletilmiş 2.Basım, Savaş Yayınları, Ankara-1992.

GÖRÜN, Mustafa, *Türkiye Sorunlarını Çözme Konferansı*, DPT-2005, Radikal,11.01.2005.

HATIPOĞLU, M.Tahir, *Yükseköğretim Mevzuatı*, Selvi Yay., Ankara-1995

İNCEKARA, Ahmet, *Niğde İlinin Ekonomik Gelişmesi*, İktisadi Araştırmalar Vakfı, İstanbul-1998.

KADIBEŞEGİL, Salim, “İtibar Yönetiminde 10 Temel Adım”, *Capital Aylık İş ve Ekonomi Dergisi*, 2004/12, s.66-71. <http://www.haber1/haber.asp?id=58880> (27.01.2005)

KARAKKOÇ, Nihat, *Üniversitelerde Halkla İlişkiler Örgütü ve Yapısı Önerisi*, Balıkesir Üniv.Yayınları No:20, Balıkesir-1996.

NİĞDE 97 (Yıllık), Önder Matbaacılık, Ankara-1998.

NİĞDE Valiliği İl Planlama ve Koordinasyon Müdürlüğü. (17.02.2005). *Niğde Anadolu Haber Gazetesi*, 31.12.2004

PELTEKOĞLU, F. Balta, *Halkla İlişkiler Nedir*, Beta Yay., İstanbul-1998.

POLAT, Cihat ve diğ, Esen Gürbüz, Mehmet E. İnal, *Hedef Seçmen: Siyasal Pazarlama*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara 2004

SARACEL, Nüket vd., *Afyon kocatepe Üniversitesinin Kurumsal İmajı*, AKÜ Yayın No: 34, Afyon-2001.

TTELEKOM, “Değişen Pazarlama Anlayışı”, Pazarlama Dairesi, 2002. <http://www.haber1.com/haber.asp?id=58880> (17.02.2005)

TEZEKİCİ, Selman, *Bölgesel Kalkınmada Yüksek Öğretimin Sosyo-Ekonomik Etkileri:Niğde İli-Niğde Üniversitesi*, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Niğde-1998.

TUTKUN, Ömer F., Mustafa Koç, Ela A. Köksal, “Üniversitenin Sosyo-ekonomik Değişime Etkisi: Niğde Üniversitesi Örneği, Yayınlanmamış Makale Çalışması.

İLETİŞİM ADRESİ

Öğr.Gör.Dr.İshak TORUN

Niğde Üniversitesi

Eğitim Fakültesi

511200 Derbent Kampusu / Niğde

e-posta: torunishak@yahoo.de